

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра инновационного менеджмента

ВОЙТЕХОВИЧ
Виктор Антонович

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В
ПРОЦЕССЕ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Е.Э.Головчанская

Допущена к защите

«___» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой инновационного менеджмента
доктор экономических наук, профессор В.Ф.Байнёв

Минск, 2015

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Работа содержит: 84 с., 14 табл., 11 рис., 41 источник, 2 приложения.

ИННОВАЦИИ, ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Объект исследования: улучшение маркетинговых исследований в процессе разработки инновационной стратегии развития организации ООО «Бросна Сити».

Предмет исследования: организационно-управленческие отношения, складывающиеся в процессе совершенствования маркетинговых исследований.

Цель исследования: с учетом теоретических и практических основ выявить пути совершенствования маркетинговых исследований в процессе разработки инновационной стратегии развития ООО «Бросна Сити».

Методы исследования: методы анализа и синтеза, обобщения, прогнозирования, опроса, экономико-математические методы.

Результаты: изучен теоретический подход в определении инновационной стратегии и использовании маркетинговых исследований в организации, проанализирована стратегическая деятельность и оценены маркетинговые исследования в ООО «Бросна Сити», разработаны пути совершенствования маркетинговых исследований в процессе разработки инновационной стратегии развития ООО «Бросна Сити», оценена экономическая эффективность реализации стратегии.

Элементы научной новизны: разработаны мероприятия по совершенствованию маркетинговых исследований в процессе разработки инновационной стратегии развития ООО «Бросна Сити».

Область возможного практического применения: ООО «Бросна Сити».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(Подпись студента)

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Праца змяшчае: 84 с., 14 табл., 11 мал., 41 крыніца, 2 дадатку.

ІНАВАЦЫІ, ІНАВАЦЫЙНАЯ СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГОВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ.

Аб'ект даследавання: паляпшэнне маркетынговых даследаванняў у працэсе распрацоўкі інавацыйнай стратэгіі развіцця арганізацыі ТАА «Бросна Сіці».

Прадмет даследавання: арганізацыйна-кіраўніцкія адносіны, якія складваюцца ў працэсе ўдасканалення маркетынговых даследаванняў.

Мэта даследавання: з улікам тэарэтычных і практычных асноў выявіць шляхі ўдасканалення маркетынговых даследаванняў у працэсе распрацоўкі інавацыйнай стратэгіі развіцця ТАА «Бросна Сіці».

Метады даследавання: метады аналізу і сінтэзу, абагульнення, прагназавання, апытання, эканоміка-матэматычныя метады.

Вынікі: вывучаны тэарэтычны падыход у вызначэнні інавацыйнай стратэгіі і выкарыстанні маркетынговых даследаванняў у арганізацыі, прааналізавана стратэгічная дзейнасць і ацэнены маркетынговыя даследаванні ў ТАА «Бросна Сіці», распрацаваны шляхі ўдасканалення маркетынговых даследаванняў у працэсе распрацоўкі інавацыйнай стратэгіі развіцця ТАА «Бросна Сіці», ацэнена эканамічная эфектыўнасць рэалізацыі стратэгіі.

Элементы навуковай навізны: распрацаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні маркетынговых даследаванняў у працэсе распрацоўкі інавацыйнай стратэгіі развіцця ТАА «Бросна Сіці».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ТАА «Бросна Сіці».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследуемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

(Подпіс студэнта)

SUMMARY OF THE THESIS

The work contains 84 p., 14 tab., 11 fig., 42 sources, 2 annexes.

INNOVATION, INNOVATIVE STRATEGIE, MARKETING, MARKETING RESEARCH.

The object of research: the improvement of marketing research in the development of innovative strategy of development of the organization of "Brosna City".

Subject of research: organizational and managerial relations in the process of improving the marketing research.

Objective: taking into account the theoretical and practical basis to identify ways to improve market research in the development of innovative development strategy of "Brosna City".

Methods: methods of analysis and synthesis, generalization, prediction poll, economic and mathematical methods.

Results: the theoretical approaches in identifying innovative strategies were studied and using of marketing research in the organization, strategic activities were analyzed and marketing researches were evaluated in company "Brosna City", the ways were developed to improve marketing research in the development of innovative development strategy of "Brosno City" to assess the economic efficiency implementation of the strategy.

The elements of scientific novelty: the measures were developed to improve market research in the development of innovative development strategy of "Brosna City".

The area of possible practical application: LLC "Brosna City".

The author of the work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts, borrowed from literature and other sources, are accompanied by references to their authors.

(Signature of the student)